

РЕЦЕНЗИЈА
НА РАКОПИСОТ „ПРАКТИКУМ ПО ПРОМОТИВНИ АКТИВНОСТИ“
(Е-ПРАКТИКУМ) ОД АВТОРИТЕ Д-Р БИЛЈАНА ПЕТРЕВСКА И
М-Р ВЛАДИМИР КИТАНОВ, ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС
ЛОГИСТИКА, УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“- ШТИП

Врз основа на одредбите од Статутот и Правилникот за единствените основи за остварување на издавачка дејност на Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, како и Одлуката бр.2602-665/8 од 113. редовна седница на Наставно-научниот совет на Факултетот за туризам и бизнис логистика, одржана на 5 јуни 2014 година, избрани сме за рецензенти за изготвување извештај - рецензија на приложениот ракопис „Практикум по промотивни активности“ од доц. д-р Билјана Петревска и м-р Владимир Китанов, наменет за студентите на прв циклус студии на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип.

По прегледот на ракописот, до Наставно-научниот совет на Факултетот за туризам и бизнис логистика го поднесуваме следниов

ИЗВЕШТАЈ

Ракописот „ПРАКТИКУМ ПО ПРОМОТИВНИ АКТИВНОСТИ“ е компатибилен со Наставната програма по предметот Промотивни активности што се изучува на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, во петти семестар на прв циклус студии. Предметот, согласно со предвидената студиска програма, е задолжителен предмет со фонд на часови 2+2+1. Ракописот е напишан на стандарден македонски јазик во А4 формат, нормален проред, фонт Arial, македонска поддршка и големина на буквите 10. Се состои од 12 практични вежби распоредени на 42 страници, при што секоја вежба е во согласност со наставната програма по предметот Промотивни активности. Предложениот обем по содржина ги задоволува пропишаните критериуми за издавачка дејност. Ракописот е наменет првенствено за студентите на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, но може да се користи и многу пошироко.

Со цел на студентите да им се овозможи полесно совладување на материјата, разбирање на посложените поими и поврзување на теоретските и методолошките концепти со практиката, ракописот се карактеризира и со неколку педагошки алатки. Имено, секоја вежба започнува со краток преглед на содржината која е разработена во таа глава. Воедно, поставени се целите на учење кои треба да ги постигнат студентите преку совладување на вежбата. Во вежбите се вклучени многубројни примери кои имаат за цел сликовито да ја прикажат материјата и да ја доближат до студентите. На крајот од секоја вежба се дадени прашања за дискусија и проблеми за размислување кои им овозможуваат на студентите да проверат дали целосно ја разбрале наставната материја.

Вежбата бр. 1 е насловена како Воведни напомени. Во неа се дадени генералните концепции кои се однесуваат на наставната содржина, основната литература и правилата за изработка на проектна задача по предметот Промотивни активности.

Во вежбата бр. 2 се акцентирани најважните термини од проблематиката поврзана со креативност во туризмот и креирање препознатливост првенствено преку правилно дизајнирање на амблемските средства за промоција.

Во вежбата бр. 3 се посочени примери за веќе креирани туристички пораки и туристички апели кои се користат во практиката. Истовремено, во вежбата се дадени прашања за размислување на оваа тема.

Појаснувањата за телевизијата како медиум за туристичка промоција, како и многубројните примери од оваа проблематика, се теми на вежбата бр. 4. Поконкретно, акцентот е ставен на анализа на случаите на телевизиските кампањи „Македонија вечна“ и „Истражи ја Македонија“.

Вежбата бр. 5 изобилува со примери за примена на графичките средства за туристичка промоција. Поконкретно, појаснети се правилата, методологијата и потребата од изработка на плакати, постери и фотографии (разгледници, фотоалбум и фотомонографија) и нивната примена во насока на развој на туризмот.

Вежбата бр. 6, всушност, е продолжение на претходната вежба, каде што покрај споменатите графички средства за туристичка промоција се пристапува кон анализа на статии, репортажи, туристички карти, водичи и брошури.

Вежбата бр. 7 е посветена на аранжманските средства на туристичка промоција. Во таа насока се презентирани саемице, изложбите и манифестациите како можности за туристичка промоција. Анализирани се конкретни случаи, а воедно е оставен простор за размислување и дискусија по оваа тема.

Потребата од внимателно составување надворешно рекламирање е елаборирана во вежбата бр. 8. Поконкретно, анализирани се примери за досегашно рекламирање на неколку туристички дестинации во Македонија, и Македонија во целина, преку поставени огласни плочи (билборди) во земјава и во странство.

Во вежбата бр. 9 се анализирани други облици на туристичка промоција, како: радио огласи, филм, спонзорство, сувенирски пропагандни средства и контактни пропагандни средства (наменски организирани предавања и платени патувања и престои на новинари и други лица).

Во вежбите бр. 10 и бр. 11 е дадена анализа на интерактивните начини на туристичка промоција. Така, вежбата бр. 10 дава можност за анализа на голем број случаи во туризмот преку размислување и дискусија за веб-страници, графички веб-реклами, скок-прозорци, меѓупросторни веб-реклами и технологија на наметнување. Во таа насока е и вежбата бр. 11 во која е даден простор за анализа на случаи кај платено пребарување во туристички цели, системи за препораки во туризмот, апликации за паметни телефони, како и технологија за носење.

Во последната вежба бр. 12 е оставен простор за кратка анализа на зададена задача, со што всушност е дадена можност за дополнителна активност на студентите.

Сите 12 вежби опфатени во овој ракопис во целост ја заокружуваат предвидената наставна програма по предметот Промотивни активности, па оттука и соодветноста овој ракопис да може да се користи како учебно помагало по тој предмет.

ЗАКЛУЧОК

Предложениот ракопис за е-практикум е во согласност со студиската програма и наставниот план на Факултетот за туризам и бизнис логистика. Ракописот во целост ги задоволува критериумите и условите за издавање учебно помагало според Правилникот за единствените основи за остварување на издавачка дејност на Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип. Според наши сознанија, ваков практикум наменет за вежби по предметот Промотивни активности на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“ во Штип не е објавена.

Оттука, на Наставно-научниот совет на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип со задоволство му предлагаме **ракописот „Практикум по промотивни активности“** од авторите **д-р Билјана Петревска и м-р Владимир Китанов** да биде издаден како учебно помагало практикум.

Рецензентска комисија

**Д-р Златко Јаковлев, вонреден професор,
Факултет за туризам и бизнис логистика,
Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, с.р.**

**Д-р Ристе Темјановски, вонреден професор,
Економски факултет,
Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, с.р.**